

с.; 7. Ліцензійний реєстр суб'єктів туроператорської і турагентської діяльності / Сайт Державної служби туризму і курортів [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.tourism.gov.ua/publ.aspx?id=1846>.

Малахова Л. В.

**Пути повышения конкурентоспособности
туристической отрасли Украины**

*Харьковский национальный университет имени В.Н. Каразина
студентка кафедры туристического бизнеса
научный руководитель: к.и.н., доцент Парфиненко А.Ю.
г. Харьков, Украина*

Мировой опыт показывает, что туризм – один из самых многообещающих секторов экономики, который способен расти быстрее, чем национальный ВВП. Кроме того, одно рабочее место в туризме обходится в десять раз дешевле, чем одно рабочее место в производстве. Туристический сектор может обеспечить Украине значительные поступления в бюджет, а также будет способствовать росту смежных отраслей и развитию малого и среднего бизнеса [3]. Однако Украина до сих пор не использует свой огромный туристический потенциал в полной мере. Это подтверждает и рейтинг конкурентоспособности стран в сфере туризма и путешествий, составленный Всемирным экономическим форумом. Украина в 2009 году занимала 77 позицию из 133 стран участниц, а в рейтинге за 2010 год – опустилась на 85 место [5]. Такие показатели не соответствуют тем возможностям, которыми обладает отечественная туристическая индустрия. Поэтому разработка возможных мероприятий направленных на повышение уровня конкурентоспособности туристической сферы Украины представляет не только научно-теоретический интерес, но и носит практическую направленность.

Одними из наиболее важных проблем, которые препятствует повышению уровня конкурентоспособности туристической отрасли Украины, являются несоответствие уровня развития инфраструктуры международным стандартам и слабая связь туристической индустрии с поддерживающими отраслями. Возможным решением этих проблем является создание туристско-рекреационного кластера. Туристско-рекреационный кластер – сконцентрированная на определенной территории группа социальных институтов сферы туризма и гостеприимства: туроператоры, турагенты, средства размещения, организации общественного питания, транспортные компании, вузы, научно-исследовательские институты, органы государственной власти и др., взаимодополняющие и усиливающие конкурентные преимущества отдельных компонентов и кластера в целом [4].

Туристско-рекреационные кластеры могут быть созданы на базе всех восьми рекреационных регионов Украины, а объединив свои усилия в дальнейшем, смогут повысить конкурентоспособность всей отрасли. Основной целью деятельности туристических кластеров является развитие конкурентных преимуществ региона путем активизации всех видов туризма, что предусматривает решение следующих приоритетных задач:

- создание реестра объектов туристической инфраструктуры;
- развитие индустрии развлечений с учетом местных особенностей;
- проведение мероприятий по сохранению и реконструкции памятников архитектуры, имеющих важное историческое значение;
- получение финансирования для развития всех видов туризма из местных и государственного бюджетов, международных фондов;
- повышение уровня квалификации и работников туристической сферы.

Для создания туристического кластера целесообразнее всего использовать модель обособленной структуры, образованной государственным органом власти. Согласно данной модели инициативным элементом выступает управление культуры и туризма региона, которое образует обособленное неприбыльное подразделение, действующее от его имени, но имеет свой устав, имущество, задания и т.п. Источниками финансирования в такой кластерной модели могут быть: средства местных бюджетов, инвестиции предприятий и организаций, гранты международных организаций, а также средства предприятий-участников кластера. Как отмечают исследователи, в современных условиях Украины такая модель является оптимальной. Именно государство должно взять на себя роль инициатора и объединить предприятия туристической индустрии, что позволит эффективно и максимально реализовать определенные сформулированные задачи [2].

Не менее важной проблемой развития туристической отрасли является создание положительного имиджа страны и проведение эффективных маркетинговых мероприятий. Для этого необходимо проводить рекламные кампании, как в Украине, так и за рубежом, с целью продвижения национального туристического продукта, активно принимать участие в международных выставках, ярмарках, конференциях, использовать Интернет ресурсы и СМИ для расширения круга потенциальных потребителей. Для повышения уровня конкурентоспособности туристической отрасли Украины необходимо унифицировать государственные стандарты обслуживания туристов в соответствии с международными нормами, усовершенствовать валютное, налоговое, таможенное регулирование, активно сотрудничать с другими государствами в области туризма, особенно со странами – потенциальными потребителями украинских туристических услуг [1].

Таким образом, туристическая отрасль Украины для повышения своей конкурентоспособности нуждается в проведении целого ряда мероприятий, связанных с такими направлениями, как формирование туристско-рекреационного кластера; проведение эффективных маркетинговых мероприятий, направленных на продвижение национального туристического продукта и формирование положительного имиджа страны; усовершенствование политики правительства и нормативно-правовой базы; увеличение финансирования отрасли. Все эти мероприятия требуют активной поддержки государства и его сотрудничества с малым и средним бизнесом и общественными организациями.

Литература: 1. Гонтаржевська Л.І. Ринок туристичних послуг в Україні / Гонтаржевська Л.І. – Донецьк: Східний видавничий дім, 2008. – 180 с.; 2. Колесник О.А. Кластерная модель развития туризма в Украине [Электронный ресурс] / Колесник О.А. – Режим доступа: http://www.nbuv.gov.ua/e-journals/eui/2009_1/09kootvu.pdf; 3. Парфіненко А. Ю. Туризм як національний пріоритет соціально-економічного розвитку України / А. Ю. Парфіненко // Вісник Інституту економіки Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. – 2010. – №884. – С.165-170.; 4. Семенов В.Ф. Регіональний рекреаційний кластер у контексті структурної перебудови економіки регіону / Семенов В.Ф., Мозгальова В.М., Давиденко І.В. // Регіональна економіка. – 2006. – №3. – С. 78-89.; 5. The Travel and Tourism Competitiveness Report 2010. – World Economic Forum. – Geneva, Switzerland 2011. – 531 p.

Мельник А. М.

**15-річний досвід сільського зеленого туризму в Україні:
проблеми та перспективи**

*Національний авіаційний університет
Інститут міжнародних відносин
науковий керівник: к.е.н., доц. Заря І.В.
м. Київ, Україна*

З початку ХХІ ст. сільський зелений туризм, за визнанням експертів Всесвітньої туристичної організації (ВТО), є одним з секторів туристичної індустрії, що динамічно зростають. Ідеї охорони навколишнього середовища, що стали надзвичайно популярними серед західної цивілізації, охопили й індустрію туризму. В цьому році ми відзначаємо 15 років розвитку сільського зеленого туризму в Україні. В історії його розвитку і становлення можна виділити наступні стадії:

– стадія формування (кінець ХІХ – середина ХХ ст.) відпочинок городян в приватних сільських садибах, в основному у знайомих. Це явище мало неорганізований характер і ще не розглядалося як туризм;

– стадія становлення приватних форм (60-ті – 90-ті р.р. ХХ ст.) відпочинок в орендованих туристами кімнатах на гірських курортах або в Криму через